

NBA 中国赛——目标不止于上座率

本报记者 薛原

如果以上座率来衡量,10月18日在北京落幕的NBA中国赛看来遭遇了某种程度的“审美疲劳”。和2004年NBA首次将季前赛带到北京时的盛况相比,北京奥林匹克篮球馆七成左右的上座率只能算差强人意。毕竟,两个月前这座球馆里上演的奥运会男篮比赛让人热血沸腾。见惯了大场面的中国球迷,口味和鉴赏力都已胜过以往。

从首演到常态 中国赛进入平台期

10月15日在广州,10月18日在北京,金州勇士队和密尔沃基雄鹿队的两场季前赛都未达到爆满的程度,这与两支球队在中国球迷心目中的号召力有关。原本,密尔沃基在广州拥有最大的卖点——易建联,但他们在上赛季之后已将易建联交换到网队。而勇士队包括当家球星拜伦·戴维斯等多员大将转投他队,更让NBA中国赛的“明星效应”跌入低谷。北京站的比赛进行时,记者身边的一位同行望着看台说:“要么有中国球员,要么是东、西部排在前三的球队。否则,(上座率)也就这样了。”

对于苦心经营中国市场多年的NBA来说,眼前的景象并非不可接受。无论是中国区总裁陈永正还是NBA联盟总裁大卫·斯特恩,都用“成功”来形容这次的中国赛。作为一项最成功的职业联赛,NBA最清楚市场的需求。在北京接受记者提问时,大卫·斯特恩就笑咪咪地说:“我知道大家都想看姚明的比赛。姚明太累了,每年要参加那么多比赛。大家能否在中国看到他的比赛,还取决于他的身体状态。当然,可能性是存在的。”

2004年,首次在北京举行的NBA季前赛一票难求,其中有不少观众是抱着“图个新鲜”的感受来体验,这一次则见证了“铁杆球迷”的力量。陈永正说:“广州的比赛氛围非常好,球迷很懂球。”看来,NBA方面也不奢望能重现2004年时的热潮。从首演到常态,NBA中国赛正在步入一个相对稳定的平台期。

从场馆到专卖店 NBA全方位开拓市场

中国是NBA着力开拓的海外市场。眼下的北京奥林匹克篮球馆,为NBA进军中国市场构筑了一个关键的基础——场馆。硬件设施的完备、先进以及带

来的舒适感,是NBA向球迷提供一流篮球赛事的重要保证。几天前,NBA与美国安舒茨娱乐集团(AEG)宣布,将在中国一些大城市共同参与设计、市场推广及运营NBA风格的综合性体育文化娱乐场馆。陈永正透露,已经有两座场馆浮出水面。“一座是上海的场馆,将用于2010年的世博会。另一座场馆是广州国际体育演艺中心,刚刚破土动工,将是广州亚运会的比赛场馆。”

随着这一批NBA参与建设的场馆投入使用,是否预示着NBA在中国市场的发展战略又进入一个新的阶段?大卫·斯特恩说:“参与建设新球馆的主要目的是为我们现在的业务重点服务,比如网络、视频、多媒体等。我们要给中国球迷带来更多的娱乐方式和全新理念。”

NBA中国赛举行前,新的NBA中文网站也已推出。今年7月份,NBA专卖店正式登陆北京,这也是他们在海外开设的首个零售店。在北京奥林匹克篮球馆大厅里,一系列NBA产品也吸引了不少球迷流连。专卖店与场馆同步发展,这是NBA在中国市场的推广策略。“我们希望能够加强在中国本土化的程度,为中国球迷带来更多的NBA体验。”大卫·斯特恩说道。他的目标,显然不止于一场中国赛的上座率高低。



10月21日,2008全国场地自行车锦标赛暨全国青年场地自行车锦标赛在河南洛阳开赛,共有来自全国各地23支代表队的200多名选手参赛。图为辽宁队在男子成年组团体追逐赛中。
新华社记者 王 颂摄

竞速

本报北京10月21日电 (记者李长云)10月21日,第十届农心杯世界围棋团体锦标赛(简称三国围棋擂台赛)在北京昆仑饭店落子,17岁的中国棋手柁嘉熹三段执黑191手中盘战胜韩国棋手许映皓六段,为中方取得开门红。

今天出场亮相的两位先锋柁嘉熹与许映皓从各方面来看都是旗鼓相当的对手,在最新的排名中,二人都名列全国第十八位;许映皓曾获得过韩国新人王战冠军,柁嘉熹也有中国新人王战亚军的经验。

是役,双方从序盘阶段就拼争得非常激烈,执白的许映皓反客为主,曾多次挑起战斗,但都被柁嘉熹一一化解。进入中盘阶段,执黑的柁嘉熹已经占据了明显优势。此后,尽管许映皓奋力反击,并挽回一些劣势,但已经无力挽回败局。坚持至第191手,在实地差距已相当大的局面下,许映皓投子认输。

22日,柁嘉熹将接受日本队先锋的挑战。

中国队取得开门红

三国围棋擂台赛柁嘉熹旗开得胜

关键看常态

北京奥运会和残奥会组织工作得到广泛好评,归结起来,一是严格按照国际奥委会、国际残奥委会和国际各单项体育组织制定的标准规范操作,二是服务周到热情。奥运会后,能不能将这些成果发扬传承,形成良好的常态,这是中国自己的事情,又是外界普遍关注的问题。

“两个奥运”落幕至今,已过一个月,许多方面的具体情况开始有了答案。从机动车分号限行到国庆期间大量游客涌入奥林匹克公园,奥运精神财富无论有形无形,都在产生着影响。

有消息说,在一座曾经作为奥运会分赛场的城市,近日举办全国性单项比赛,竟呈“三无”状态,没有印制门票,没有发放证件,连安保人员也没有。不管什么身份的人,均可自由出入,裁判员也围着运动员索要签名,精彩的比赛和高超的技艺都被淹没在混乱的赛场环境之中。

也有组织管理不错的。北京马拉松赛就挺

有秩序,观众不少,志愿者服务跟得上。

观众的热情无可非议,能够近距离一睹奥运金牌选手的风采,更是幸事。但组织者不能怕麻烦,不能省去必须花费的成本。奥运会是百年不遇的特殊时期,人力物力的投入非同一般,然而,那样庞大繁杂的组织工作绝非只靠巨大投入就能完美,更重要的是每一位参与者的精心和责任意识。固然不能要求任何赛事办得都像奥运会那样高标准,可是一次有多名奥运冠军参加的全国比赛,总不能没点规矩。

奥林匹克运动强调秩序,这样的理念能否扎下根来,看的就是常态。不光在赛场之内,整个社会尽弃陋习,提倡文明,才不致愧对奥运会那份宝贵的物质和精神财富。

大略评论

五粮液：

打造绿色生态酒品

北京奥运会期间,为了满足海内外宾朋的要求,五粮液开出专柜接待海外收藏者,特供的五粮液供不应求。在很多海外消费者看来,五粮液包含着中国东方古老养生学。五粮液秉承源远流长的中国养生文化,随着中华文化在世界范围的影响不断扩大,五粮液逐渐成为承载中华文化的传播使者,成为中国文化在海外的一张名片。目前,五粮液的全球品牌价值已达到402.18亿元。

来自中国的“白色火焰”

五粮液的酒质晶莹澄澈,入口酒香绵长、柔和,透着温暖的生命跃动,被外国友人誉为“来自中国的白色火焰”。

五粮液采用的发酵工艺是固态发酵,整个工艺流程是一个纯自然、纯生态的过程,能有效防止有害物质的产生。这是五粮液味道绵长醇厚、达到高品质的一个重要原因。五粮液还有一个秘密武器——在固态发酵过程中,五粮液的曲块是特有的“包包曲”。包包曲和空气中的微生物接触面最大,形成不同的菌系、酶系,有利于酯化、生香和香味物质的累积,特别是对酒产生陈味有独到功用,保证了五粮液“酒味全面”的独有品质。五粮液发酵时间较长,达70天,更有利于酯化、生香和香味物质的累积,这对酒质的影响很大。由于发酵期长,酒中酸酯含量高,有害物质得到有效抑制。

五粮液体现了中国源远流长的传统养生文化,越来越受到现代人的推崇。《皇帝内经》总结出健康饮食指南:“五谷为养,五果为助,五畜为益,五菜为充,气味合而服之,以补养精气。”五粮液“陈氏秘方”利用养生学的原理,将五谷杂粮的营养作用进行“调和”:高粱味甘性温,富含铁和蛋白质,有健脾益胃的功用;大米味甘性平,含有丰富的B族维生素,具有补中益气、健脾和胃的作用;糯米含有钙、磷、铁、维生素B等,有补虚、补血、止汗、健脾暖胃的作用;小麦味甘,性平微寒,有健脾益肾、养心安神的功效;玉米味甘性平,含有丰富的膳食纤维,具有健脾利湿、开胃益智、宁心活血的作用。

生态白酒的酿造基地

近几年,多家国际大型零售业与五粮液签订全球战略合作协议。其最为看重的“绿色、环保”等生产理念都在景色宜人的三江汇源地——宜宾找到了源头。

处于万里长江第一城的宜宾,属南亚热带到暖湿带的立体气候,常年温差和昼夜温差小,湿度大,特别适合空气中的微生物和五粮液古窖池群中微生物共同构成立体的微生物群落。

五粮液所在的巴蜀之地,位于中国西南部,北纬30度,恰好是我国青藏高原块地下水系的循环带,五粮液酿造用水即采自长江古河床下。

在这原生态的自然环境里,五粮液“十里酒城”已成为全球最大的白酒生产基地之一,拥有29882个发酵池,全面保证了五粮液基础酒的生产和“优中选优”的能力。五粮液蒸酒的蒸锅有978个,不锈钢罐储酒能力是30万吨,这个储酒能力在全国位居前列,在亚洲的日本、韩国等几个做蒸馏酒的国家,拥有3万吨储酒能力的企业也为数不多。

厦门13个山地公园陆续对外开放 市民休闲锻炼有了新场所

小荒山变成了后花园

本报记者 蒋升阳



金秋10月,厦门市民纷纷赶赴山地公园锻炼身体,享受休闲时光。 徐林摄

今年10月,厦门市一批为市民健身、观景、休闲服务的山体步道(13个山地公园)陆续对外开放,不仅为厦门市民开展体育健身提供了广阔空间,同时也受到前来旅游的中外游客们的好评。

“我在厦门生活了大半辈子。我家后山原先到处杂草丛生,坑坑洼洼。现在可好了,政府对这些山体进行了改造,山坡变成了市民健身休闲的好去处,差不

多成了我家后花园了。我每天早晚都来登山跑步,别看我年事已高,可我还被选为2008年北京奥运会的火炬手呢!”有着40多年教龄、现年72岁的退休教师王汉祯说起山地公园便乐得不拢嘴。

国家提倡全民健身活动,但群众休闲锻炼场所少是目前不少城市普遍存在的问题。针对这一情况,近年来厦门市委、市

政府提出“把厦门的山体建成公园”并将此列为为民办实事项目,并着手对岛内未建成的山地公园进行了总体规划,规划了厦门本岛13个山地公园,绿地总面积为497.08公顷,投入财政资金3.35亿元,用来建设山地公园和山体登山健身道。

厦门是一个海岛城市,城市布局依山体起伏有序分布,绿地面积比较大,但多为山体。据厦门市园林局介绍,经过近两年来的建设,仅厦门植物园就完成了西山体育园一、二期工程、东通道工程、登山步道游一、二期工程、九纹群道路工程、东门片区景观及东门片区的护坡停车场工程,使植物园的景点观赏性、游览舒适度得到大幅提升。现在,每天清晨或傍晚,这里都吸引着众多市民登山、跑步、练武、做操。

天竺山森林公园被称为“厦门后花园”,2005年9月8日动工,2006年“五一”正式开园,创造了厦门旅游建设史上“四个之最”——建设时间最快,园区面积全省最大,步行道、木栈道、车行道最长,原生态保护最好。金榜公园地处厦门市中心地带,总面积91公顷,历史人文底蕴丰厚,唐、宋、明、清古迹荟萃,是一个集文化、游览、休闲为一体的综合性山地公园。现如今,每天前来金榜公园晨练、晚练和观景休闲的市民达10万人以上。

(本报厦门10月21日电)

黑龙江尚志市亚布力镇——

“雪文化”带来致富路

范学富

驰名中外的滑雪旅游胜地亚布力镇位于黑龙江省尚志市东南部,是尚志市五强镇之一。自1994年被定为国家级滑雪旅游度假区和国家级小城镇建设试点镇以来,各项建设步伐加快,综合实力明显增强,为深入开展农民健身活动打下了坚实的基础。

滑雪旅游是亚布力镇的特色和主导产业,该镇紧紧围绕这一优势产业,结合

镇情实际,尤其是亚布力滑雪场周围的村屯,依托雪场的地理和资源优势,积极开展以“滑雪”为主题的健身活动,促进了农村经济的健康发展和村民增收致富。

为了发展滑雪旅游产业,该镇聘请省市滑雪教练对全镇居民进行滑雪技能培训,积极开展雪上项目比赛活动,营造良好的“雪文化”氛围。当地每年都举办以健身为主题的初级滑雪比赛,不断提

升全民滑雪素质和水平,为滑雪旅游产业的发展壮大营造浓厚的氛围。亚布力镇积极提倡和引导全镇居民为滑雪旅游产业的健康发展提供优质服务,发展壮大滑雪旅游产业,增加农民收入,尤其是在雪场周围居住的农民受益最大。在滑雪和旅游季节,离雪场最近的青山村青壮年农民每冬都有240人到雪场当导游和滑雪教练,为游客和滑雪爱好者提供优质服务,同时创收300余万元,人均增收1.25万元,实现了滑雪爱好者与农民的双赢。

亿万农民健身活动 先进乡镇展示③